

2026 東專區原資中心年度聯賽：原住民族創新創業競賽

一、活動背景與目的

原住民族文化是台灣最獨特的資產。本競賽旨在建構一個連結「傳統知識」與「創新創業」的平台。我們不只尋找具備商業價值的提案，更重視如何將部落的文化底蘊，透過**產品設計**的實體轉化與**品牌設計**的敘事力量，落實為可持續發展的部落產業。

二、辦理單位

- 指導單位：教育部
- 主辦單位：國立臺東大學（東區暨專科區域原住民族學生資源中心 主召集學校）
- 協辦單位：國立東華大學（東區暨專科區域原住民族學生資源中心 副召集學校）

三、參賽資格與組隊限制

1. 身分要求：全國大專院校在學學生（含研究生）或 應屆畢業生。
2. 團隊組成：每隊 2 至 5 人。各參賽團隊之組成人數中，具原住民族身分者應至少達二分之一。並請於報名時檢附證明文件（如戶籍謄本或戶口名簿影本）。
3. 作品須由參賽團隊自主研發。為鼓勵學生持續深化研究，曾於其他競賽獲獎之作品，歡迎在**原有基礎上進行優化或增修**後報名參賽，請於報名表內主動註記曾獲獎項之名稱。
4. 每隊須有指導老師至少 1 名，且不得為團隊成員，可為校內專、兼任或校外老師。
5. 各參賽團隊之組員不得跨組參加競賽，完成報名後，競賽過程不得臨時更換成員。

四、競賽分組與徵件範疇

1. 產品設計組 (Product Design)

核心：「物件的轉化與實用性」

- 範疇：
 - 生活精品與文創：結合祭儀元素、圖騰編織、部落傳統材質（月桃、石、木）開發之現代生活用品、飾品或工藝品。
 - 部落資源轉化：針對部落在地產物、特色材料或既有物件進行現代化之設計轉化。範疇包含：生活器物改良、天然素材之實體創新應用，以及部落農特產與食品之「外包裝結構、視覺容器」創新設計（本項目著重於包裝物件之結構與實用性，不含食品、飲料之內容物研發與風味調製）。

- 傳統建築改良設計：針對傳統建築結構（如石板屋、竹屋、茅草屋等）進行現代化改良。包含：災後重建方案、綠建築涼亭、部落景觀裝置、或縮小化模型。
- 繳交物：
 - 企劃書
 - 各視角之細部規格與尺寸圖
 - 2D 或 3D 作品設計圖
 - 產品照片
 - 各項圖檔請依作品實際開發進度與特性提供。

2. 品牌設計組 (Branding & Identity Design)

核心：「故事的敘事與形象規劃」

- 範疇：
 - 品牌設計開發：針對部落主體性為核心的品牌形塑、部落在地農特產品或部落特色店家等，進行整體定位與視覺規劃。
 - 文創 IP 開發：以部落傳說、神話為核心的視覺識別系統 (VI) 與周邊應用 (EX. 桌遊、繪本等)。
- 繳交物：
 - 計劃書
 - 視覺設計稿：
 - 品牌形象：標誌 (Logo) 設計、標準色、標準字及設計理念說明。
 - 應用展示：品牌應用示意圖（如：包裝、提袋、周邊商品等模擬圖）。
 - 角色/作品設定（限文創 IP 類）：
 - 角色設計圖
 - 故事腳本或周邊應用（如桌遊、繪本）之局部預覽圖。
 - 其他證明：實體樣品照片（非必備，依實際進度提供）
 - 各項圖檔請依作品實際開發進度與特性提供。

五、評選機制與標準

1. 初審階段評選

- (1) 以書面審查為主，由主辦單位聘請外部專家學者組成審查小組，擇優挑選各組別前 6 名團隊進入決賽。
- (2) 初審評選結果，將於 115 年 9 月 21 日公告各組入圍團隊，於國立臺東大學東專區域原資中心網站公告並 E-mail 通知各團隊。

2. 決賽階段評選

- (1) 決賽團隊需於 115 年 10 月 1 日前繳交簡報檔，並由主辦單位聘請外部專家學者擔任評審，於 115 年 10 月 13 日進行實際審查及詢答，每團隊口頭簡報 8 分鐘，詢答不超過 10 分鐘，由評審委員共同評選出參賽團隊名次取前 3 名及佳作獎 3 名，並於決賽當日頒發競賽獎勵。

- (2) 上午進行產品設計組，下午品牌設計組進行決賽，相關訊息於國立臺東大學東專區域原資中心網站(<https://ntturisrc.wordpress.com/>)公告。
- (3) 決賽當日之上台簡報順序:於競賽當日報到時，即由各組成員代表抽籤決定當日決賽上台之順序。

3. 評分權重

• 第一部分：產品設計組

核心：技術實現、結構合理、部落資源加值。

評分項目	內容說明	初賽 權重	決賽 權重
文化轉譯與資源開發	是否精準運用部落資源（素材/建築/工法/資產），並轉化為具備文化深度的創新設計。	35%	20%
技術可行性與市場實踐	1. 技術完整性：產品結構、機能應用與材質選用之合理性。 2. 量產可行性：考量現有生產技術與成本，具備進入市場或部落實之潛力。 3. 永續營運：具備清晰的商業模式或部落服務應用邏輯，能持續產生經濟或社會效益。	30%	25%
市場潛力與特色價值	利用原民獨特性建立市場利基，論述產品與一般大眾商品的區隔及競爭力。	25%	20%
營運規劃與執行能力	團隊分工、資源整合能力、成本預估與定價、回饋機制或風險管理。	10%	10%
簡報表達	簡報邏輯清晰度、重點掌握、說服力與現場應答表現	0%	25%
合計		100%	100%

• 第二部分：品牌設計組

核心：品牌敘事、價值共鳴、商業模式永續。

評分項目	內容說明	初賽 權重	決賽 權重
品牌核心與故事力	文化核心價值的轉譯是否深刻，故事敘事是否具備動人且獨一無二的力量。	35%	25%
視覺形象與美感傳達	視覺識別（VI）、包裝設計、桌遊介面之文化美感與設計完整度。	30%	25%
市場定位與溝通策略	針對特定目標客群，利用文化差異性進行精準行銷，建立品牌的獨佔性。	25%	20%
營運模式與財務規劃	獲利模式（如授權、分潤機制）、團隊分工之合理性與財務預估的可行性。	10%	10%
簡報表達	簡報邏輯清晰度、重點掌握、說服力與現場應答表現	0%	20%
合計		100%	100%

六、 參賽保障：傳統智慧創作權（ICPT）

為保護原住民族文化權益，參賽團隊若提案內容涉及特定族群之「傳統智慧創作」（如特定家族圖騰、祭儀歌謠等），必須於企劃書中註明授權來源或溝通過程，並簽署文化倫理聲明書；倘提案內容未涉及相關範疇者，則無須檢附聲明書。主辦單位將在初審階段邀請具備法律與文化背景之專家擔任審核，若經專家審查認定涉有違反文化倫理、侵害權利或資料不全者，結果即為不通過，且不給予補件機會、直接取消入圍決賽資格，以確保尊重文化主權。

七、 獎勵方法

1. 領獎說明：

本活動獎勵採「郵政禮券」發放。獲獎者領取後，可持本券至全國各郵局兌換等值現金；依郵局規定，兌換金額達新臺幣 3 萬元（含）以上者，須出示國民身分證。

2. 獎金制度：

- 金獎（每組 1 名）：郵局禮券 NT\$ 30,000 元、獎狀乙幀。
- 銀獎（每組 1 名）：郵局禮券 NT\$ 20,000 元、獎狀乙幀。
- 銅獎（每組 1 名）：郵局禮券 NT\$ 10,000 元、獎狀乙幀。
- 佳作（每組 3 名）：郵局禮券 NT\$ 3,000 元、獎狀乙幀。

八、 報名方式

文件名稱	說明	格式
1. 報名表 2. 檢附原住民身分相關文件 3. 切結書 4. 文化倫理聲明書 5. 個人資料蒐集、處理及利用同意書 6. 作品設計圖檔	至官方網站下載報名表電子檔，填寫完畢後以PDF檔格式上傳至報名表單： https://forms.gle/N73c4DfCbcbmfqEn7	PDF
企劃書	產品設計組格式請看 p. 16-19 品牌設計組請參考 P. 20-23 以 PDF 檔格式上傳至報名表單： https://forms.gle/N73c4DfCbcbmfqEn7	PDF

九、活動時程

活動階段	日期	說明
競賽報名開放	即日起至 115年9月1日(二)	參賽隊伍應將報名文件上傳至報名表單： https://forms.gle/N73c4DfCbcbmfqEn7 。
初賽審查	115年9月7日(一) - 115年9月18日(五)	產品設計組及品牌設計組分別擇優挑選6 組進入決賽
公布進入決賽團隊	115年9月21日(一)	於東專區域原資中心官網公布及E-mail通 知入圍團隊
決賽簡報及相關文件	入圍團隊請於 115年10月01日(四) 17:00前	1. 繳交決賽簡報檔及相關文件至指定信 箱：mp6796854@gmail.com 信件主旨(組別_團隊名稱_計畫名稱) 2. 決賽簡報繳交期限截止後不可抽換
決賽暨頒獎典禮	115年10月13日(二)	1. 地點：國立臺東大學 2. 得獎名單將公告於本中心網站及原力 網站 3. 凡進入決賽隊伍，可於當日簡報中展 示實體成果。

十、決賽流程表

競賽時程	競賽程序	說明事項
08:30-09:00	競賽團隊報到 (各團隊抽籤)	決賽隊伍(產品設計組及品牌設計組)至報到 處報到，並完成抽籤如無到場團隊則由大會 代抽籤。
09:00-09:20	開幕式	長官致詞暨合照合影
09:20-09:30	場次競賽規則說明	1. 每隊簡報時間8分鐘 2. 詢答時間不超過10分鐘(統問統答)
09:30-12:00	產品設計組決賽	中場休息5分鐘
12:00-13:20	休息	各團隊領中餐
13:20-13:30	場次競賽規則說明	1. 每隊簡報時間8分鐘 2. 詢答時間不超過10分鐘(統問統答)
13:30-16:00	品牌設計組決賽	中場休息5分鐘
16:30	頒獎	合照合影

十一、 決賽地點

國立臺東大學 教學大樓 5 樓 視聽教室 A (地址 950 臺東市中華路一段 684 號)

㊟ 教學大樓位於校園左側 從校門進入後 沿地圖紅線步行可達。 建議提早抵達熟悉場地。



十二、 參賽注意事項

1. 參賽者皆應簽署「個人資料蒐集、處理及利用同意書」，並遵守本簡章各項規定。報名完成後即視為同意本簡章內容，不得異議。
2. 報名後不得更換團隊成員，亦不得以同校其他隊伍成員代為參賽。參加產品設計組或品牌設計組之每支團隊，皆須有一位以上指導老師，指導老師不得為團隊成員。
3. 報名資料應填寫正確且完整，須確認報名表所填組別與繳交之計畫書內容一致。如報名資料不全、格式不符或逾期繳交，將取消參賽資格。所有資料上傳期間可重複提交，主辦單位將以最後上傳時間為準，但仍建議準備完善後再行上傳，以免權益受損。
4. 報名及繳交資料截止後，不得變更內容，包括團隊成員、報名表資訊、計畫書及簡報等，亦不得於決賽前臨時更換簡報團隊成員或內容。
5. 參賽作品文件及相關附件，主辦單位將以密件方式保存，競賽辦理完畢後不予退回，請參賽團隊自行備份留存。
6. 如參賽作品中有涉及他方著作或資料，應清楚註明來源。若涉及抄襲、侵權、智慧財產權、原住民族傳統智慧創作權爭議，主辦單位有權取消其參賽或得獎資格，並追回已發獎金、獎狀與獎牌。相關法律責任由參賽者自負。
7. 本競賽鼓勵學生持續深化成果。若成果曾於其他競賽獲獎，歡迎在既有基礎上優化或增修內容後報名參賽，並請於報名時註記曾獲獎之經歷。
8. 參賽者應尊重評審委員會之最終決議。除非能具體證明其他作品違反本辦法，否則不得對評審結果提出異議。
9. 如參賽作品未達評審標準，主辦單位得保留從缺部分獎項之權利，以確保獎項品質。
10. 競賽將納入備取機制，入選決賽隊伍須於指定期限內繳交競賽計畫，逾期未回覆視同放棄資格，將由備取隊伍依序遞補參賽。
11. 主辦單位保有變更活動內容、獎項細節、辦理方式及終止活動之權利。若因不可抗力（如疫情擴大）致活動無法執行，得視情況修改或取消活動流程，所有資訊以官方網站公告為準，恕不另行通知。
12. 主辦單位基於宣傳需要，對入選作品擁有攝影、報導、展出、評論及刊登於媒體之權利。
13. 本競賽如有未盡事宜，主辦單位保有補充、修正與最終解釋之權利，活動資訊以官方網站公告為準。

十三、 活動聯繫

活動公告網址：<https://nttutisrc.wordpress.com/>

國立臺東大學 東專區域原住民族學生資源中心 高專任助理

聯絡信箱：mp6796854@gmail.com

連絡電話：089-341190

2026 東專區原資中心年度聯賽：原住民族創新創業競賽-報名表

編號：_____ (由主辦單位填寫)

團隊名稱				競賽組別	☐ A類 產品設計組 ☐ B類 品牌設計組
作品是否曾經參加過其他競賽獲獎?	☐ 否 ☐ 是，競賽名稱：_____		(呈上題)作品是否已在既有基礎上優化或增修內容?		☐ 否 ☐ 是
計畫名稱					
指導老師	姓名		單位/職稱		
	電話		E-mail		
代表人 (聯絡人)	學校		系所/年級		
	姓名		學號		
	電話		E-mail		
	是否具備原住民身分	☐ 否 ☐ 是	身分別		
成員1	學校		系所/年級		
	姓名		學號		
	電話		E-mail		
	是否具備原住民身分	☐ 否 ☐ 是	族別		
成員2	學校		系所/年級		
	姓名		學號		
	電話		E-mail		
	是否具備原住民身分	☐ 否 ☐ 是	族別		
成員3	學校		系所/年級		
	姓名		學號		
	電話		E-mail		
	是否具備原住民身分	☐ 否 ☐ 是	族別		
成員4	學校		系所/年級		
	姓名		學號		
	電話		E-mail		
	是否具備原住民身分	☐ 否 ☐ 是	族別		

2026 東專區原資中心年度聯賽：原住民族創新創業競賽-報名表(附件)

代表人(聯絡人)

學生證影本正or114學年度畢業證書正面

學生證影本or114學年度應屆畢業證書反面

註:學生證須蓋有最近一學期之學期註冊章或檢附
「在學證明」等資料

成員 1

學生證影本正or114學年度畢業證書正面

學生證影本or114學年度應屆畢業證書反面

註:學生證須蓋有最近一學期之學期註冊章或檢附
「在學證明」等資料

成員 2

學生證影本正or114學年度畢業證書正面

學生證影本or114學年度應屆畢業證書反面

註:學生證須蓋有最近一學期之學期註冊章或檢附
「在學證明」等資料

成員 3

學生證影本正or114學年度畢業證書正面

學生證影本or114學年度應屆畢業證書反面

註:學生證須蓋有最近一學期之學期註冊章或檢附
「在學證明」等資料

成員4	
學生證影本正or114學年度畢業證書正面	學生證影本or114學年度應屆畢業證書反面 註:學生證須蓋有最近一學期之學期註冊章或檢附 「在學證明」等資料

原住民身分請檢附相關資料(如戶籍謄本或戶口名簿影本)

請於線上報名時，一併檢附具原住民身分之相關證明文件，以利主辦單位進行資格審查。

2026 東專區原資中心年度聯賽：原住民族創新創業競賽

參賽團隊切結書

本團隊已確實瞭解「2026 東專區原資中心年度聯賽：原住民族創新創業競賽」之參賽規則，並同意遵守下列各項規定：

- (1) 參賽者須保證其計畫書內容為原創作品，並無抄襲仿冒情事，若為曾獲獎之作品，須保證已在既有基礎上進行優化或增修內容。
- (2) 若因抄襲或以其他類似方法侵害他人智慧財產權而涉訟者，參賽者應自行解決與他人間任何智慧財產權之糾紛，並負擔相關法律責任，主辦單位不負任何法律責任。
- (3) 為秉持創新精神，同一作品若已參加其他全國性、跨校性競賽得獎者，需在已有基礎上優化或增修內容後報名參賽。
- (4) 若競賽得獎作品經查證違反上述規定，主辦單位有權追回所頒發之獎金與獎項。
- (5) 參加競賽之計畫書相關資料延遲交件者取消參賽資格。
- (6) 參賽團隊與其成員內部分工或權益分配（包含獎金領取分配、稅金分攤），將由團隊自行處理，主辦單位、執行單位與協辦單位將不涉入爭議。
- (7) 基於宣傳需要，主辦單位對於入選作品擁有攝影、報導、展出、評論及在其它媒體、刊登作品之權利。
- (8) 本團隊同意配合主辦單位推廣、宣傳、輔導資源媒合需要，無償提供參賽團隊、作品相關資料（作品簡介及作品影片）、接受採訪、活動攝影、影片剪輯等作為競賽專輯、宣傳影片於國內、外非營利使用，促進資訊創意發想交流。
- (9) 如有以上未盡事宜，視當時狀況共同商議之。

參賽團隊學生：_____（簽名）

_____（簽名）

_____（簽名）

_____（簽名）

_____（簽名）

指導老師：_____（簽名）

中 華 民 國 115 年 月 日

原住民族傳統智慧創作文化倫理聲明書

(參賽團隊專用)

本團隊參加「2026 東專區原資中心年度聯賽：原住民族創新創業競賽」(以下簡稱本競賽)，報名參賽作品名稱為「_____」(以下簡稱本作品)。

為尊重、保護並傳承原住民族文化，本團隊特就參賽作品中利用「原住民族傳統智慧創作專用權」(以下簡稱傳智權)之相關事宜，依據《原住民族傳統智慧創作保護條例》之精神，特別簽署本文化倫理聲明書，並承諾恪遵下列條款：

第一條：參賽作品引述之傳智權標的

本團隊於參賽作品中，所引述、參考或利用之原住民族傳統智慧創作，其詳細資訊如下(若使用多項，請自行增列)：

1. 智慧創作名稱：_____ (若無正式登錄的名稱，描述性填寫即可)
2. 智慧創作種類：☐ 宗教祭儀 ☐ 音樂 ☐ 舞蹈 ☐ 歌曲 ☐ 雕塑 ☐ 編織
☐ 圖案 ☐ 服飾 ☐ 民俗技藝 ☐ 其他文化成果
3. 智慧創作專用權人(所屬民族或部落)：_____
4. 傳智權登記證書字號(若已知)：原住民族智慧字第_____號
5. 於作品中之運用方式簡述(如：編織技法參考、視覺 Icon 轉化等)：

第二條：文化倫理與人格權之尊重

本團隊明確知悉並承諾，在設計、製作及展演參賽作品時，應嚴格遵守原住民族文化倫理，並落實《原住民族傳統智慧創作保護條例》第十條關於「智慧創作人格權」之規定：

- **公開發表權**：確保本作品若涉及該智慧創作之核心私密或神聖祭儀，已獲得該民族、部落或相關權利人之同意或諮詢。
- **姓名表示權**：本團隊承諾於參賽企劃書、簡報、展示作品、影片及成果發表之顯著位置，以明確且適當之方式註明文化出處(例如標示：本作品部分設計引自/參考自「○○族○○部落」之傳統智慧創作)。

- **名譽保護權（禁止歪曲竄改）：**本團隊在將文化元素進行創意轉化時，將保持該文化表達之正統性與尊嚴。承諾絕不以歪曲、割裂、竄改、惡意醜化或其他方法改變其智慧創作之內容、形式或名目，亦不進行任何帶有貶抑或歧視性之連結。

第三條：部落慣習、禁忌之遵守與田野諮詢

本團隊承諾於參賽作品創作過程中，已充分研究、諮詢或理解該智慧創作所涉及之部落傳統、信仰、性別分工或祭儀禁忌。本團隊之創作將在遵循該部落慣習之前提下進行，絕不觸犯文化禁忌，以展現對在地文化主體性之最高尊重。

第四條：權利歸屬與競賽後續推廣

1. 本團隊保證本作品如於競賽中獲獎或進行後續展出，將持續落實上述之出處標示。
2. 本團隊理解，本聲明書之簽署僅限於本次競賽之參賽行為。未來本作品若有商品化開發、量產、出版或進行商業授權之計畫，本團隊將另行依《原住民族傳統智慧創作保護條例》規定，正式向該傳智權專用權人（部落或民族）申請授權，絕不擅自進行商業授權。

第五條：法律與競賽責任

本團隊保證本聲明書所填寫之內容及利用方式均屬真實。若因違反本聲明書之承諾，或因不當利用、抄襲導致侵害該原住民族或部落之智慧創作專用權，本團隊願自負相關法律責任，並接受主辦單位取消參賽或獲獎資格之處分。

本聲明書自簽署日起生效。

立聲明書團隊：

參賽組別：☐ 產品設計組 ☐ 品牌設計組

參賽團隊名稱：_____

參賽計畫名稱：_____

全體團隊成員親筆簽名：

（隊員 1）_____ （隊員 2）_____ （隊員 3）_____

（隊員 4）_____ （隊員 5）_____

團隊核心聯絡人資訊（若隊員未滿 18 歲請加簽法定代理人）：

代表人姓名：_____（親筆簽名）

身分證字號：_____

聯絡電話：_____

中 華 民 國 _____ 年 _____ 月 _____ 日

2026 東專區原資中心年度聯賽：原住民族創新創業競賽

個人資料蒐集、處理及利用同意書

為落實個人資料之保護，並遵守《個人資料保護法》規定，**國立臺東大學原住民族學生資源中心**（以下簡稱本中心）向您告知下列事項，請於提交競賽報名資料前詳細閱讀。當您勾選「我已閱讀並同意」或簽署本同意書時，即表示您已瞭解並同意本中心依下列內容蒐集、處理及利用您的個人資料：

一、 蒐集之目的

本中心基於辦理「2026 東專區原資中心年度聯賽：原住民族創新創業競賽」之報名資格審查、競賽評選、聯繫通知、獎金發放、稅金申報、活動保險、成果陳報，以及後續創新創業輔導、追蹤與效益評估等相關行政業務之目的，蒐集您的個人資料。

二、 蒐集之個人資料類別

本中心將因本競賽活動之實際需求，蒐集您的個人資料，類別包括：

- **辨識個人者：**姓名、出生年月日、身分證字號/統一編號（用於原住民身分檢核與獎金申報）、聯絡電話、行動電話、電子郵件地址、通訊地址。
- **辨識財務者：**參賽者/團隊代表之匯款帳戶存摺封面影本（領取獎金/補助款使用）。
- **學校與職業描述：**就讀學校、科系、年級、學生證影本、職稱、團隊分工等。
- **特殊身分註記：**原住民身分（原住民籍參賽者需提供戶籍謄本或戶口名簿影本以備查驗）。
- **其他：**參賽期間之活動照片、錄影、競賽簡報與計畫書內容。

三、 利用之期間、地區、對象及方式

- **期間：**自您提供資料之日起，至上述蒐集目的消失、業務執行完畢、或依政府法令與補助要點規定之計畫成果保存年限屆滿為止。
- **地區：**中華民國（台灣）境內。
- **對象：**本中心、共同主辦/協辦單位、主辦權責主管機關（如：教育部、原住民族委員會）、競賽評審委員、以及因執行業務需要委託之第三方單位（如：辦理保險之保險公司、撥付獎金之金融機構）。
- **方式：**以自動化機器或其他非自動化之利用方式（包括紙本審查、電子郵件、電話聯繫、簡訊、網站公告、成果展覽等）於蒐集目的範圍內進行處理與利用。

四、 當事人權利行使

依據《個人資料保護法》第 3 條規定，您就本中心保有您的個人資料得行使下列權利：

1. 查詢或請求閱覽。
2. 請求製給複製本。
3. 請求補充或更正。
4. 請求停止蒐集、處理或利用。
5. 請求刪除。

五、 不提供個人資料之影響

您得自由選擇是否提供個人資料，惟若您拒絕提供、提供不完整或不正確之資料，本中心將無法完成您的報名程序、原住民身分資格審查、亦無法參與競賽評選或領取獎金，進而影響您參與本競賽之權益。

【參賽者同意簽名處】

我已詳閱上述告知事項，並同意貴中心在上述蒐集目的、類別及利用範圍內，蒐集、處理及利用我的個人資料。

☐ 我已閱讀並同意上述所有內容

（本競賽採團隊報名，每位團員皆須個別簽署本同意書。）

參賽學校/團隊名稱： _____

同意人（參賽者簽名）： _____

法定代理人簽名： _____（若參賽者未滿 18 歲，須請法定代理人共同簽署）

中華民國 115 年 _____ 月 _____ 日

2026 東專區原資中心年度聯賽：原住民族創新創業競賽
產品設計組計畫書

計畫書編號(主辦單位填寫)：

團隊名稱：

計畫名稱：

中華民國 115 年 _____ 月 _____ 日

一、摘要 (Executive Summary)

💡 提示說明：請用 200 - 300 字簡述本計畫的核心亮點：看見了什麼部落需求？想開發什麼產品？預期達到什麼文化或實用價值？

(請在此處填寫摘要內容...)

二、文化轉譯與部落故事內涵 (Culture & Narrative)

💡 本章對齊初審權重 35%：是否精準運用部落資源 (素材/建築/工法/資產)，並轉化為具備文化深度的創新設計。

1. 傳統元素之文化脈絡與根源

- 文化根源：本設計所運用的核心元素 (如：特有圖騰、祭儀意涵、傳統工法、特定自然資源) 源自於[某族群 / 某部落] 的 [特定文化背景、傳說或生活智慧]。
- 材質或結構特性：詳細說明所選用材質 (如：月桃、竹材、石板、特定農作物) 在傳統文化中的角色與物理特性。

2. 文化核心價值轉譯與核心概念

- 文化轉譯思維：說明團隊如何將上述的部落傳統元素 (如：祭儀、圖騰、特定材質、神話故事) ，透過現代美學或實用性進行「去蕪存菁」的轉譯，而非單純的複製。
- 核心產品概念：簡述本計畫的核心創意點子。例如：預計開發出一款什麼樣的產品，其最具代表性的文化亮點是什麼？

三、產品設計與技術可行性 (Design & Technical Specifications)

💡 本章對齊初審權重 30%：產品結構、機能應用與材質選用之合理性；考量現有生產技術與成本，是否具備量產與進入市場的潛力。

1. 產品規格表

項目	詳細規格與說明
產品名稱	[請填寫暫定或正式產品名稱]
產品尺寸	長 00 mm × 寬 00 mm × 高 00 mm (或直徑/半徑)
主要材質	[例如：傳統月桃編織 + 國產材竹工藝 / 改良型輕量化鋼構 + 石板]
加工工藝	[例如：部落手工編織、CNC 精密雕刻、3D 列印、數位印刷]

(以上表格提供參考，可自行調整及新增)

2. 結構與機能亮點 (技術完整性)

- **實用性與結構優化：** 產品在使用上帶來哪些便利？結構與機能上如何優化？（若為建築改良組，請著重說明如何進行防震隔熱或結構改良）
- **量產可行性與材質選用：** 說明為何選擇這些材料？在工藝製程與現有生產技術上，如何評估未來的量產可行性與成本控制？
- **環保與永續性：** 材料是否可降解？製程是否對環境友善？是否具備綠建築或低碳減塑的思維？

四、市場潛力與特色價值 (Market Analysis & Strategy)

💡 本章對齊初審權重 25%：利用原民獨特性建立市場利基，論述產品與一般大眾商品的區隔及競爭力。

1. 當代痛點與市場機會

- **現狀與痛點：** 目前市場上缺乏某類兼具深厚文化與實用性的產品，或是傳統建築結構在現代面臨什麼挑戰（如易受災、不易維護、材料取得困難等）？
- **轉化契機：** 說明為何需要進行此產品的開發？如何透過現代設計、包裝提升農創產品價值？或如何讓傳統建築適應現代生活需求？

2. 市場利基與競爭力分析

- **目標受眾(TA)：** 本產品主要面向哪些客群？（如：現代注重生活質感的消費者、部落防災與景觀需求者）
- **特色價值 (與大眾商品之區隔)：** 本產品如何利用「原住民文化獨特性」建立市場利基？與市場上現有的大眾商品相比，你們的競爭優勢是什麼？

五、營運規劃、成本預估與部落回饋 (Business Model & Execution)

💡 本章對齊初審權重 10%：團隊分工、資源整合能力、成本預估與定價、回饋機制或風險管理。

1. 團隊分工與部落資源整合

- **團隊分工：** 說明各團員的專業分工（如：文化調研、產品設計、材料採集、市場行銷等）。
- **資源整合：** 如何與部落在地工坊、耆老、工藝師或在地組織進行資源連結與合作？

2. 成本預估與定價策略

成本與定價：簡要預估產品的打樣與生產成本，並說明預計的市場零售價或造價定價邏輯。

3. 永續營運與部落回饋機制

- 永續效益：具備清晰的商業模式或部落服務應用邏輯，能持續產生經濟或社會效益。
- 回饋機制：本計畫未來若商品化或落實，將如何實質回饋部落？（如：製程回饋、創造在地就業機會或促進部落經濟永續等）。

六、開發時程與實施步驟 (Timeline & Implementation)

💡 提示說明：計畫預計於若干個月內完成，請具體規劃各階段進度。

計畫預計於 **[X]** 個月內完成，整體開發進度規劃如下：

階段與時程	【第 1-2 個月】	【第 2-3 個月】	【第 3-4 個月】	【第 5 個月】
核心任務	田野調查與 概念收斂	2D/3D 數位建模 與細部尺寸繪製	打樣與結構測試 (產品照片拍攝)	產品設計與 成果發表

- 階段一：文化調研與概念收斂（深入部落、確認材料特性與文化授權/意涵）
- 階段二：2D/3D 設計繪製（進行外觀渲染、機構造型設計、細部規格定案）
- 階段三：原型打樣與功能測試（樣品製作、結構安全性或產品實用性測試）
- 階段四：包裝設計與成果發表（量產評估、完成商品包裝、產品情境照拍攝、成果展示準備。）

七、附錄：設計圖檔與作品照片 (Appendices)

💡 提示說明：此處請依計畫實際開發進度，插入對應的圖檔、結構圖或實體照片，並刪除預設的文字說明。

- 附錄一：2D/3D 作品設計圖（包含三視圖、外觀渲染圖）
- 附錄二：各視角之細部規格與尺寸圖
- 附錄三：產品照片（原型打樣、實體成品或情境照）

2026 東專區原資中心年度聯賽：原住民族創新創業競賽
品牌設計組計畫書

計畫書編號(主辦單位填寫)：

團隊名稱：

計畫名稱：

中華民國 115 年 _____ 月 _____ 日

一、摘要 (Executive Summary)

💡提示說明：請用 200-300 字簡述本計畫的核心亮點：看見了什麼部落文化傳承或市場應用的需求？預計建立一個什麼樣的品牌？預期傳達什麼樣的文化核心故事與社會價值？

(請在此處填寫摘要內容...)

二、品牌背景與文化敘事 (Brand Story & Background)

💡本章對齊初審權重 35%：文化核心價值的轉譯是否深刻，故事敘事是否具備動人且獨一無二的力量。

1. 傳統元素之文化脈絡與根源

- **文化根源：** 本品牌所轉化或運用的核心元素（如：特有圖騰、祭儀意涵、神話傳說、部落歷史事件或傳統生活智慧）**源自於哪一個族群或部落？**
- **文化精神內涵：** 詳細說明這個文化元素在傳統社會中所代表的深層精神、社會規範或生命哲學。

2. 品牌核心價值轉譯與核心故事

- **文化轉譯思維：** 說明團隊如何將上述古老的文化符號、故事，透過現代敘事進行翻轉，而非單純的複製？如何在保有傳統精神與文化尊嚴的前提下，讓現代大眾產生共鳴？
- **品牌故事 (Brand Story) 提案：** 請寫出品牌的感性故事。本品牌的核心精神是什麼？

三、視覺識別系統與設計理念 (Visual Identity System)

💡本章對齊初審權重 30%：視覺識別(VI)、包裝或介面設計美感傳達之完整度；色彩計畫、標準字或 IP 角色設定等相關項目，是否具備高識別度與文化契合度。

1. 品牌核心識別設計說明

- **標誌 (Logo) 設計理念：** 詳細說明標誌 (Logo) 的圖形構成、象徵意義，以及如何將傳統文化密碼轉化為現代幾何或具象的視覺符號。
- **標準色與色彩計畫：** 列出品牌的主色、輔助色（需標註 Pantone 色號或 CMYK/RGB 數值），並說明色彩背後的文化象徵（如：象徵土地的焦赭色、象徵祖靈的紅）。
- **標準字與字體規劃：** 說明品牌標準字體的選擇或特別設計的字體，以及其傳達的視覺個性（如：現代俐落、手感溫度、古老厚實）。

2. 角色與作品設定（限文創 IP / 繪本桌遊 / 數位多媒體類填寫，若無則免）

- 角色外觀與性格設定：介紹核心 IP 角色的姓名、性格、特徵及在故事中所代表的文化符號。
- 故事腳本與遊戲世界觀：簡述繪本或桌遊的核心世界觀、故事大綱、起承轉合之腳本設計或遊戲機制。

四、市場定位與溝通策略（Market Analysis & Strategy）

💡 本章對齊初審權重 25%：目標市場分析（TA）是否精準？品牌溝通與行銷推廣策略是否具備可行性？如何利用原民獨特性與大眾市場做出區隔。

1. 當代痛點與品牌市場機會

- 市場現狀與痛點：目前市場上大眾對該項原民文化的認知存在什麼斷層或刻板印象？或是現有同類型品牌缺乏什麼元素（如缺乏故事性、缺乏與部落的實質連結等）？
- 品牌切入契機：說明本品牌如何解決上述痛點？如何透過「現代包裝、品牌故事或體驗設計」來提升原民產業與文化轉譯的價值？

2. 市場利基與行銷溝通策略

- 目標受眾（TA）：本品牌主要面向哪些核心客群？（如：重視永續消費的 Z 世代、喜愛文化體驗旅遊的國際觀光客、親子教育市場）
- 行銷推廣與溝通策略：團隊預計透過哪些管道與消費者溝通、建立品牌形象？（如：社群媒體策展、部落沉浸式市集、跨界聯名、群眾募資等）。

五、營運模式、財務規劃與部落回饋（Business Model & Finance）

💡 本章對齊初審權重 10%：團隊分工與商業模式之可行性；成本預估、未來商業發展潛力；利潤分享與部落永續回饋機制。

1. 團隊分工與品牌營運模式

- 團隊分工：說明各團員的專業分工（如：文化轉譯、視覺設計、品牌公關、商業行銷等）。
- 商業獲利模式：說明品牌未來如何獲利？（如：自產自銷商品、品牌授權分潤、文化體驗活動收費、IP 周邊商品販售等）。

2. 成本預估與定價策略

- 財務預估：簡要預估品牌前期（如 VI 形象建立、第一批周邊打樣、網站架設）的預算投入，並說明產品或服務的定價邏輯。

3. 永續營運與部落回饋機制

- **永續效益：** 本品牌未來若成功建立，能為部落或社會帶來什麼持續性的正面影響？
- **利潤分享/回饋機制：** 品牌將如何實質回饋部落？（例如：固定提撥 IP 授權費的 X% 作為部落文化基金、保證收購部落農特產品、或提供在地青年數位行銷的就業機會等）。

六、 開發時程與實施步驟 (Timeline & Implementation)

階段與時程	【第 1-2 個月】	【第 2-3 個月】	【第 3-4 個月】	【第 5 個月】
核心任務	文化調研與品牌定位	視覺識別(VI)系統與核心視覺設計	應用延展設計(周邊打樣與攝)	品牌發表與市場溝通推廣

- **階段一：**文化調研與品牌定位（深入部落、確認文化授權與故事脈絡，確立品牌核心精神與 TA 定位）
- **階段二：**視覺識別（VI）系統設計（進行 Logo 標誌設計、色彩計畫、標準字及 IP 角色主視覺之繪製與定案）
- **階段三：**應用延展設計與周邊打樣（品牌延伸應用項目設計，如名片、包裝、提袋等周邊打樣與形象情境照拍攝）
- **階段四：**品牌發表與市場溝通推廣（完成品牌官網或社群上線、行銷策略落地、發表成果展示準備）

七、 附錄：品牌視覺與周邊規劃 (Appendices)

💡提示說明：此處請依計畫實際開發進度，插入對應的品牌視覺設計圖、視覺識別草稿或周邊情境圖。

1. 品牌形象與視覺系統

- **附錄一：**品牌標誌 (Logo) 與視覺形象設計圖（含 Logo 展開圖、色彩計畫與幾何規範圖）
- **附錄二：**基礎形象應用與周邊規劃表（可參考下表，或自行新增）

類別	預計開發/應用項目	視覺呈現與文化意涵說明
基礎形象應用	名片、信封信紙、品牌提袋、識別證、貼紙	著重呈現品牌 Logo 於辦公與日常物件之視覺規範。
包裝設計應用	產品外包裝盒、貼標、包裝紙、提盒	結合色彩計畫，傳遞禮品的文化厚重感與精緻美學。
數位多媒體應用	官方網站介面(UI)、社群 Banner、活動海報	以現代俐落排版呈現，便於手機與數位媒介閱讀。

- **附錄三：**品牌實體打樣或情境照片（若有實體周邊、繪本樣書、桌遊打樣之實體照片可於此處呈現）。